

Producto Té e infusiones

Modaslidaes de consumo: Bebida

Modalidades de venta: Preparada caliente o fría en establecimientos como restaurantes o embotellada para su comercialización en tiendas

Las infusiones más comunes son: el café, el té, el mate, la manzanilla, la tila y la horchata.

Bebida estimulante estomacal o alimentario

Consumido inicialmente como un tónico medicinal, la popularidad del té fue creciendo hasta convertirse en una bebida mística que desarrolló nuevas tradiciones y rituales para su consumo. Se trata de una tendencia mundial; los consumidores de bebidas asumieron cambios culturales para cuidarse más, tanto por razones estéticas como de salud, por lo que el consumo de refrescos comenzó a estabilizarse, disminuir su ritmo de crecimiento y otras bebidas experimentaron un cambio explosivo, explica Alfredo Paredes Zamora, director de asuntos corporativos de Ajegroup-Big Cola.

## Consumo en México

Tomar la bebida es parte de la vida y tradición del pueblo inglés

Lo importante es generar una cultura en el país sobre el producto, asegura Diego Compeán, distribuidor de Twinings

Existe un ancestral consumo de yerbas, pero el auge se dio hace pocos años

Arturo Cruz Bárcenas

“Té es el nombre genérico que se le da a todo lo que sale de la *Camellia sinensis* y lo demás son infusiones; en varios países de Sudamérica se consume lo que se llama mate, que no es té ni infusión”, precisó en entrevista el especialista en tales bebidas Diego Compeán, quien distribuye la marca inglesa Twinings, que tiene una historia de 300 años.

“En México, el aumento en la tendencia en el consumo del té comenzó hace cinco años. A escala mundial ha aumentado, pues cada vez se descubren más usos medicinales. Aunque el tamaño del mercado mexicano es grande, aún puede considerarse incipiente, porque el consumo ha sido de lo que se elabora por medio de yerbas, no de té.

“Hay consumo ancestral de yerbas y la medicina prehispánica las utilizó para sanar, pero, como bebida, el *boom* del consumo de tés tiene pocos años. Comercialmente los tés se clasifican en estándar y premium, lo cual implica diversos precios, bajos y altos. La marca más conocida en el mundo es Twinings, por su trayectoria.

“Lo importante es generar una cultura del té que en México no existe. La difusión es fundamental, tanto sobre los sabores como sobre los beneficios de algunas marcas. No es lo mismo consumir marcas caras que baratas, por la calidad. Es difícil que los de calidad se puedan hallar en la tienda de la esquina y preferimos, por ahora, mantener esa sana distancia por unos dos o tres años más.

“Los tés caros se pueden hallar en tiendas departamentales y en autoservicios, y los precios dependen del sabor, de las mezclas, de los ingredientes. No es lo mismo un té que sólo tiene *Camellia sinensis* deshidratada a uno que trae clavo, jengibre, canela, etcétera. En este mundo global los costos varían día a día”.

## Dos décadas

Twinings llegó hace 20 años a México, “y somos los mejores”, aseguró Diego Compeán. “Somos la marca de la Casa Real Británica. Tomar té es parte de la vida, de la tradición y cultura del inglés, quien acostumbra tomarlo entre cuatro y cinco de la tarde, invariablemente.

“Otro de los detalles importantes es que se le agrega leche, sobre todo al té negro, aunque últimamente se ha puesto de moda el verde, por el tema de los antioxidantes, que se asocian al no envejecer. Todo lo que es té, que se deriva de la *Camellia sinensis*, contiene flavonoides y antioxidantes, pero hay tés que varían en el contenido. El negro, que es un té oxidado, contiene menor cantidad de antioxidantes. El verde y el blanco los tienen en mayor concentración, pero al final todos vienen de la misma plantita”.

Informó que en México, Twinings distribuye 20 variedades de las más de 200 que venden a escala mundial. “Tenemos un portafolios que comprende el negro, el negro saborizado, verde, e infusiones, que son algo muy distinto. La gente tiende a decirle té a todo, pero no es correcto.

“Por ejemplo, la manzanilla o la yerbabuena, no se les debería llamar tés, pues son infusiones. Para que se llame té tiene que venir de la *Camellia sinensis*.

“El mercado en México, para nosotros, equivale a unos 35 millones de dólares, al cierre de 2006. Lo importante es que este mercado está creciendo a tasas arriba de 20 por ciento. No hay muchos con ese crecimiento. El té es un nicho, sin duda”, añadió.

## **PRIMER AVANCE** **TÉS E INFUSIONES**

### PROBLEMA

¿Cual es mayor la demanda del té orgánico o la del transgénico?

¿Por qué no ha habido un auge de las PYMES en la producción y venta de Tés orgánicos?

¿Cuales son las circunstancias por las cuales las Pymes no incursionas en la venta y producción de Té?

### OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Analizar el comportamiento que muestran las industrias que elaboran el té e infusiones transgénicos, para realizar una recomendación a las empresas productoras de tés orgánicos, para que tengan buenas bases para ampliar el consumo y comercialización de sus productos.

Analizar el comportamiento que muestra el mercado de las industrias que elaboran el té e infusiones transgénicas y orgánicas, para realizar una recomendación a las Pymes de que este mercado puede o no llegar a ser productivo.

Problema	Preguntas	Hipótesis
¿Cual es mayor, la demanda del té orgánico o la del transgénico?	¿Cuales son los métodos o herramientas necesarias para que el té orgánico pueda estar a los mismos niveles de producción, consumo y venta de los tés transgénicos	Las pequeñas empresas productoras de té, las PYMES, no tienen los recursos suficientes para competir con las grandes empresas, desde el consumo de la población, en estos casos, la mexicana, la producción y venta de dichos artículos, por este mismo motivo recurre la población a adquirir tés transgénicos que tiene mejor precio, y mayor obtención de estos

Por que las Pymes no incursionas en la venta y producción de Té en México?

¿Que tan amplio es el mercado de Los Tés e infusiones en México?

¿Quienes acaparan el mercado de los tés e infusiones?

Cuales son los principales problemas a los que se enfrentan las pymes en este mercado

Cuales son los requerimientos legales y económicos que necesita una empresa para comenzar un negocio de Tés e infusiones

Que tan rentable es el negocio de la venta de tés e infusiones en México

Que tan grande es la competencia de las empresas extranjeras en Nuestro país

Al realizar estas múltiples investigaciones se espera saber el por que no es tan explotado este negocio y conocer cuales son las barreras que se les presentan a las empresas que incurren en el

Tenemos la hipótesis de que el negocio de la venta y producción de tés e infusiones en nuestro país podría llegar a ser muy rentable puesto que esta bebida en sus diferentes sabores y modalidades es muy popular y se ha venido acrecentando el consumo de la misma por lo cual sería un muy buen producto por explotar por pequeñas y medianas empresas que se aventuren en este negocio. Aunque las empresas que ya se han establecido en los gustos de muchos mexicanos no es nada descabellado competir con estas empresas ya que hay mucha demanda que cubrir y muchos beneficios que ofrecer que las grandes empresas no pueden brindar.

“Datos curiosos”

Es la bebida asiática por excelencia y toda una costumbre en Inglaterra; para unos, el tomarlo es todo un ritual y para otros simple gusto o afición.

Aunque el té aún no se ha posicionado del todo en México, ya hay lugares del país donde se está convirtiendo en moda. No sólo se toman el té verde o el negro sino que se pueden degustar cientos de mezclas que tienen como base esta planta oriental.

En nuestro país se le suele llamar té a toda hierba, flor, raíz o especia que se hierve para dar sabor a una bebida, lo cual es un error.

“El té sólo puede provenir de una planta llamada *camellia sinensis* que crece en Asia. Lo que se conoce como ‘té de manzanilla’, ‘de canela’, ‘de yerbabuena’ son en realidad infusiones porque no provienen de la planta del té sino de otras”, explica Emmanuel León, manager de Maison Francaise de thé, Caravanseraï, una tienda especializada en la materia.

Aunque hay una gran variedad de tés, las cuatro principales clasificaciones son el blanco, olong, verde y negro; todos son producto de la misma planta, pero tienen nombres y sabores distintos por el grado de oxidación y de procesos por los que pasan para su elaboración.

El té blanco es el menos procesado, ya que sólo se recolectan las hojas de la planta, se seca y se sirve.

El té verde se retira tras la primera fase de secado de las hojas que después son tostadas, pero sin dejar que éstas se oxiden. Es de color claro, aromático y de sabor astringente, amargo y áspero. El que se prepara en Japón tiene un sabor más vegetal (a espinacas o acelgas), y el chino tiene un toque avellandado.

El té negro toma ese color por el grado de oxidación, pero también de éste hay una gran variedad. En Europa suelen agregarle leche, y saborizarlos con otras hierbas, especias o frutas.

El té de olong está entre el verde y el negro, se produce en medio del proceso de fermentación del té negro; se escaldan las hojas y se obtiene un producto especialmente fuerte, elaborado y consumido sólo en China.

Realizar las mezclas de diferentes aromas del té para obtener bebidas de sabor especial es el trabajo de un blender, que usa su fino gusto y desarrollados sentidos para la elaboración de nuevos y deliciosas variedades. Su labor es semejante a la de un perfumista, un catador o un barista.(1)

## REFERENCIAS

1.-La Bebida de Moda. El Universal

<http://www.eluniversal.com.mx/articulos/45516.html>